Целевая аудитория ВКонтакте: выбор и настройка

Результаты и успех рекламы во многом зависят от настроек целевой аудитории объявления. Можно создать очень привлекательное объявление, но оно не даст результатов, если его не увидят те, кому оно предназначено.

География

С помощью настроек географии вы можете показывать объявления людям, проживающим в определенных странах, областях, городах и даже на конкретных улицах.



Вы можете выбрать пользователей из определенной страны, области, региона или населенного пункта, которые увидят вашу рекламу.

Информация о месте проживания берется из **анкетных данных пользователей**.

В настройках можно также исключить города или области,

жителям которых реклама не должна показываться. Например, в случае если вы выбрали Ивановскую область, но хотите исключить областной центр – Иваново.

Обратите внимание, что для одного объявления
нельзя указать больше одной страны

Выбрать место на карте

Показывайте рекламу людям, находящимся рядом с нужным местом — в заданной области радиусом от 500 м до 40 км.



С помощью настройки **Тип места** можно выбрать тех, кто регулярно бывает, живёт, учится, работает или даже тех, кто находится в указанном месте прямо сейчас.

Для настроек **Регулярно бывает**, **Дом** и **Работа** ВКонтакте анализирует данные о том, где и в какое время человек выходит онлайн – на этой основе алгоритмы выбирают популярные места и определяют положение дома и работы.

Настройка «Сейчас находится» доступна только
для показов рекламы на мобильных устройствах

Демография

Выбор демографии

Настройки демографии позволяют выделить пользователей нужного вам **возраста, пола** и **семейного положения**.

Ограничения по полу и возрасту позволяют отсечь людей, которые, вряд ли станут вашими клиентами. Реклама дорогой женской обуви вряд ли заинтересует мужчин.

Диапазон возраста является **включающим**, то есть если вы настроите рекламу на пользователей от 14 до 24, её будут видеть в том числе люди и 14, и 24 лет

Именинники и их друзья

С помощью таргетинга **День рождения** вы можете показывать рекламу тем, у кого день рождения сегодня, завтра или на этой неделе.



Выбор друзей именнинников

Кроме того настраивать показы рекламы можно **не только на именинников, но и на их друзей**.

В аудиторию попадают не все друзья, а только самые близкие, с которыми взаимодействует пользователь.

В настройках вы можете выбрать пол именинника и количество дней до праздника. Это отличный способ предложить скидку, акцию или подборку товаров, идеальную для подарка близкому человеку.

Информация о днях рождения обновляется ежедневно – достаточно настроить рекламное объявление один раз, и рекламная кампания будет оставаться актуальной.

Интересы и поведение

Выбирайте для показов рекламы пользователей, которым **интересна конкретная тематика** или они **активно интересуются** чем-то в настоящее время.

Данные по интересам автоматически собираются и анализируются на основе взаимодействия пользователей с контентом и рекламой ВКонтакте, посещением тематических сообществ и внешних сайтов.



Интересы

Категории постоянно обновляются и **остаются актуальными** в соответствии с предпочтениями аудитории.

С настройкой по интересам вы можете качественнее и точнее выделить целевую аудиторию, что в конечном счете позволит вам снизить стоимость действия с рекламы.

Например, сегмент «Покупка жилья» подойдет не только для застройщиков и агентов недвижимости, но и для финансового сектора (ипотека).

Для локальных бизнесов максимальную эффективность дает **микс интересов и геолокации**. Например, возьмём таргетинг по интересу «Велосипеды и скутеры» с радиусом 2 км от точки проката велосипедов и найдем самых целевых пользователей.

Сообщества

Показывайте рекламу **подписчикам конкретных сообществ** и мероприятий. Либо наоборот – исключайте их.





Выбор сообществ

Дальнобойщики, любители кошек редких пород и фестивальных рекламных роликов — находите людей, которые не вписываются в более широкие категории интересов.

На одно рекламное объявление можно указать **до 100 сообществ** в таргетинге.

Активность в сообществах

Ретаргетинг

Показывайте рекламу пользователям, которые уже проявили свой интерес к вашей компании — заходили к вам на сайт, что-то положили в корзину, совершили покупку или просто видели вашу рекламу.

Находите пользователей, похожих на ваших клиентов: кто **потенциально готов купить** ваш товар или воспользоваться услугой. Реклама однозначно попадёт в круг их интересов.

Выбор аудиторий ретаргетинга из уже созданных ранее

Вам нужно выбрать одну из аудиторий ретаргетинга, которые вы собрали.

Узнайте о всех возможностях ретаргетинга и его настройке в нашей статье.

Устройства, браузеры и операционные системы



Выбор устройств

С помощью данных таргетингов вы можете показывать рекламу пользователям определенных устройств, браузеров и ОС.

Пользователь попадает в целевую аудиторию, если заходил ВКонтакте несколько раз за последние 14 дней с этого устройства.

*Обратите внимание: таргетинг по устройствам, браузерам и операционным системам показывает рекламу **обладателям** выбранных девайсов и ПО, но не ограничивает показ только выбранными категориями*



Минимальный размер целевой аудитории, необходимый для запуска объявления - **100** пользователей.

Система автоматически оценивает объём аудитории с учетом выбранных таргетингов и сразу показывает рекомендованную цену за этих пользователей.

Обратите внимание, на существующие технические ограничения.

Читайте полезные материалы по этой теме:
РетаргетингСохранение аудиторииA/B тестирование

Следите за новостями в официальном сообществе

Инструменты
Реклама
Страница бизнеса
Магазин ВКонтакте
Дополнительные инструменты
Помощь и обучение
Полезные материалы
Мероприятия
Услуги специалистов
Кейсы
Образовательные курсы
Создать страницу
Запустить рекламу
Инструменты
Реклама
Страница бизнеса
Магазин ВКонтакте
Дополнительные инструменты
Помощь и обучение
Полезные материалы
Мероприятия
Услуги специалистов
Кейсы
Образовательные курсы
Создать страницу бизнеса
Запустить рекламу

Следите за новостями в официальном сообществе